Vrac biocoop L'effet boule de neige

Pour Biocoop, Fanny Reniou et Élisa Monnot, maîtres de conférences et chercheuses universitaires, ont étudié comment nous nous engageons dans **le vrac** puis maintenons notre pratique. Elles constatent que plus nous sommes nombreux à l'adopter, plus il y a de monde qui s'y intéresse.

Propos recueillis par Marie-Pierre Chavel

FANNY RENIOU
Université de Rennes 1 (35)

ÉLISA MONNOT
Université de Cergy-Pontoise (95)

Le zéro déchet et le vrac sont-ils des préoccupations sociétales aujourd'hui ?

Fanny Reniou. La littérature académique et les études professionnelles montrent bien l'engouement pour ces sujets de la part des consommateurs. Les consommateurs eux-mêmes expriment cet intérêt. L'analyse netnographique, de ce qui se fait et se dit sur le Net, sur Instagram notamment, montre une prise de parole importante. Cette tendance sociétale du zéro déchet est beaucoup plus large que le vrac. Elle implique des nouveaux comportements que les personnes mettent en place : cuisiner, faire soi-même, jardiner, limiter les emballages... Mais ces dernières années, le vrac connaît une croissance phénoménale*.

Qu'est-ce qui incite à passer au vrac ?

Élisa Monnot. Les influences à l'échelle locale sont importantes : quand les proches, les amis s'y sont mis, il y a une forme de mimétisme. C'est aussi à l'échelle de son quartier, des magasins fréquentés par exemple ou de sa commune que les influences naissent. Roubaix a mis en place un concours Familles zéro déchet, repris par d'autres villes. Les familles sont accompagnées dans la limitation des déchets par des ateliers, des conférences... La communication institutionnelle, celle des entreprises, des distributeurs vient ensuite compléter les démarches individuelles. L'enseigne Biocoop est à ce titre importante car elle est dans cette dimension de la proximité, de l'accompagnement. Elle est d'ailleurs citée par les répondants clients de Biocoop qui observent la place importante accordée au vrac, le rendant accessible.

Le vrac est-il une contrainte pour le consommateur ?

Élisa Monnot. Le zéro déchet est perçu comme un idéal, voire un idéal inaccessible. Mais beaucoup des répondants disent qu'ils avancent petit à petit. Le vrac s'est imposé à eux, progressivement. C'est lorsqu'il débute que le consommateur se pose des questions : faut-il des sachets, des bocaux, quel type de bocal pour quel type de produits... ?
Certains consommateurs sont intéressés sans s'y mettre vraiment. Mais ils disent qu'ils pourraient basculer s'il y avait un côté obligatoire.

UN SAVOIR-FAIRE

Acteur de la transition, Biocoop propose et encourage depuis toujours le vrac parce que c'est une manière de réduire son impact écologique. Mais être pionnier, qu'est-ce que ça change ? Ça change qu'on en connaît un rayon ! Depuis les années 1980, où le vrac concernait principalement les céréales et les graines, la coopérative a largement étoffé son offre – plus de 500 références à ce jour – en l'élargissant à toute l'épicerie mais aussi aux produits d'hygiène, d'entretien, etc. À chaque fois, il a fallu étudier la faisabilité, les questions sanitaires, trouver le meuble approprié... Un travail de longue haleine que les magasins déclinent en fonction de l'espace dont ils bénéficient : le vrac doit être confortable pour tout le monde !
Et utilisable par tous. Par les gourmands par exemple qui, à côté des produits de base, trouveront des amandes au chocolat, des confitures ou encore des pépites de chocolat. La coopérative Biocoop met aussi son savoir-faire au service d'épiceries sociales et solidaires en les aidant financièrement à installer des silos et bacs à vrac, et des équipes de magasins forment des bénévoles à leur gestion (approvisionnement, hygiène, recettes...).

→ Et d'autres n'ont pas l'intention de s'y mettre…

Fanny Reniou. Quelle que soit la pratique, on constate un phénomène de résistance au départ. C'est une étape normale avant l'accélération des comportements visés. C'est une question de temps. Le changement se fait ensuite par étapes.

Élisa Monnot. On a constaté qu'aborder le sujet avec les répondants non motivés par le vrac pouvait déclencher une motivation. On n'arrivera jamais tous au zéro déchet demain. Mais chaque effort individuel peut ensuite prendre la forme d'un effort plus important. Et chacun arriver à l'idéal qu'il se sera fixé. ●

* Selon Réseau vrac, le marché du vrac représentait 1,2 milliard d'euros en 2019 contre 100 millions en 2013, avec une hausse de 40 % entre 2018 et 2019.

4 BONNES RAISONS DE PASSER AU VRAC AVEC BIOCOOP

C'est facile. Rendez-vous au rayon… vrac pour toute l'épicerie sèche. Impossible de le rater. L'huile, le vin, le miel, les cosmétiques, les produits d'entretien, etc., sont dans leurs rayons respectifs. Et si vous ne trouvez pas ou ne savez pas comment ça marche, il y a toujours quelqu'un en magasin pour vous renseigner.

C'est pratique. Vous ne prenez que la quantité désirée (fini le gaspillage !) que vous mettez dans vos propres contenants (sauf produits d'hygiène et d'entretien). Pas de contenants ? Biocoop vous équipe : sachets en papier, sacs en tissus, bocaux, bouteilles… et même un cabas.

C'est économique. Moins cher que les mêmes produits emballés, pas de quantités imposées, votre porte-monnaie dit oui.

C'est écologique. La forte réduction des déchets – emballages plastique surtout – s'accélère encore avec l'utilisation des contenants réutilisables.